

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR HAK CIPTA

PERNYATAAN	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian	7
1.3 Rumusan Masalah Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.5.1 Segi Teoritis	8
1.5.2 Segi Kebijakan	8
1.5.3 Segi Praktis	9
1.5.4 Segi Sosial	9
1.6 Batasan Penelitian	9
1.7 Struktur Organisasi Skripsi	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Kampanye Sosial <i>Public Relations</i>	12
2.1.1 Perkembangan dan Definisi <i>Public Relations</i>	12
2.1.2 Peran dan Fungsi <i>Public Relations</i>	13
2.1.3 Model dan Strategi <i>Public Relations</i>	16
2.1.4 Tujuan <i>Public Relations</i>	19

2.1.5 Definisi Kampanye <i>Public Relations</i>	20
2.1.6 Persuasi Sebagai Titik Tolak Kampanye	22
2.1.7 Jenis-Jenis Kampanye <i>Public Relations</i>	23
2.1.8 Model-Model Kampanye <i>Public Relations</i>	24
2.1.9 Khalayak Sasaran Kampanye <i>Public Relations</i>	31
2.2.1 Unsur-Unsur Komunikasi dalam Kampanye <i>Public Relations</i>	33
2.2 Literasi Keuangan.....	34
2.3 <i>Stakeholder Theory</i>	36
2.4 Teori Model Perubahan Perilaku	38
2.5 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	38
2.6 Kerangka Pemikiran	41
2.7 Hipotesis Penelitian	43
BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1 Desain Penelitian	44
3.2 Populasi dan Sampel.....	44
3.2.1 Populasi	44
3.2.2 Sampel	46
3.3 Operasionalisasi Variabel	47
3.4 Instrumen Penelitian	55
3.4.1 Pengumpulan Data Primer	55
3.4.2 Pengumpulan Data Sekunder.....	55
3.5 Validitas dan Reliabilitas.....	56
3.5.1 Uji Validitas Data	56
3.5.2 Uji Reliabilitas Data	59
3.6 Prosedur Penelitian	60
3.7 Analisis Data	61
3.7.1 Analisis Univariat	61
3.7.2 Uji Normalitas	62
3.7.3 Uji Korelasi.....	62
3.7.4 Analisis Regresi Linear Sederhana	63
3.7.5 Uji Kontribusi (Koefisien Determinasi)	64
3.7.6 Uji Hipotesis	64

BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN	66
4.1 Temuan Penelitian	66
4.1.1 Deskripsi Responden	68
4.1.2 Analisis Univariat Kampanye Sosial (Program BI Mengajar 2017)	69
4.1.2.1 Dimensi Komunikator	70
4.1.2.2 Dimensi Pesan	71
4.1.2.3 Dimensi Media	74
4.1.3 Analisis Univariat Literasi Keuangan Siswa dan Siswi SMAN 1 Baleendah	76
4.1.3.1 Dimensi <i>Financial Knowledge</i>	77
4.1.4 Uji Normalitas	83
4.1.5 Uji Korelasi.....	85
4.1.6 Analisis Regresi Linear Sederhana	86
4.1.7 Uji Kontribusi (Koefisien Determinasi)	88
4.1.8 Uji Hipotesis	89
4.2 Pembahasan	90
4.2.1 Gambaran Umum Program Kampanye Sosial BI Mengajar 2017	90
4.2.2 Gambaran Umum Literasi Keuangan Siswa dan Siswi SMAN 1 Baleendah	91
4.2.3 Hubungan Program Kampanye Sosial BI Mengajar 2017 dengan Literasi Keuangan Siswa dan Siswi SMAN 1 Baleendah	92
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI	95
5.1 Simpulan.....	95
5.2 Implikasi	96
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	96
5.2.2 Implikasi Praktis	96
5.3 Rekomendasi	96
5.3.1 Bagi Akademisi	96
5.3.2 Bagi Perusahaan.....	97
Daftar Pustaka.....	98
Lampiran	
Profil Peneliti	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Model Komponensial Kampanye	25
Gambar 1.2 Model Kampanye Ostergaard.....	26
Gambar 1.3 Model Perkembangan Lima Tahap Fungsional	27
Gambar 1.4 Model Fungsi-Fungsi Komunikatif.....	28
Gambar 1.5 Model Kampanye Nowak dan Warneryd.....	29
Gambar 1.6 Model Difusi Inovasi.....	31
Gambar 1.7 Khalayak Sasaran Kampanye <i>Public Relations</i>	32
Gambar 1.8 Identifikasi <i>Stakeholder</i> dalam <i>Linkage Model</i>	37
Gambar 1.9 Kerangka Pemikiran.....	42
Gambar 2.1 Grafik Nilai <i>Mean</i> Variabel Kampanye Sosial	76
Gambar 2.2 Grafik Histogram Uji Normalitas.....	84
Gambar 2.3 P-Plot Uji Normalitas	84

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan	39
Tabel 1.2 Operasionalisasi Variabel X.....	48
Tabel 1.3 Operasionalisasi Variabel Y.....	52
Tabel 1.4 Hasil Uji Validitas Variabel Kampanye Sosial.....	57
Tabel 1.5 Hasil Uji Validitas Variabel Literasi Keuangan	58
Tabel 1.6 Pengukuran Tingkat Reliabilitas.....	59
Tabel 1.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	60
Tabel 1.8 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	63
Tabel 1.9 Daftar Responden Penelitian.....	67
Tabel 2.1 Jenis Kelamin Siswa dan Siswi Kelas XI	69
Tabel 2.2 Distribusi <i>Mean</i> Dimensi Komunikator	70
Tabel 2.3 Distribusi <i>Mean</i> Dimensi Pesan.....	71
Tabel 2.4 Distribusi <i>Mean</i> Dimensi media	74
Tabel 2.5 Nilai <i>Mean</i> Variabel Kampanye Sosial.....	75
Tabel 2.6 Distribusi <i>Mean</i> Dimensi <i>Financial Knowledge</i>	77
Tabel 2.7 Nilai <i>Mean</i> Variabel Literasi Keuangan	83
Tabel 2.8 Koefisien Korelasi.....	85
Tabel 2.9 ANOVA Regresi Linear Kampanye Sosial dan Literasi Keuangan	87
Tabel 3.1 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana.....	87
Tabel 3.2 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	89
Tabel 3.3 Hasil Uji Hipotesis	89

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Materi Kampanye Sosial BI Mengajar 2017
- Lampiran 2 : Dokumentasi Foto Kampanye Sosial BI Mengajar 2017
- Lampiran 3 : Surat-Surat Penelitian
- Lampiran 4 : Kisi-Kisi Instrumen Penelitian
- Lampiran 5 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 6 : Data Pra Penelitian
- Lampiran 7 : Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
- Lampiran 8 : Data Penelitian
- Lampiran 9 : Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Kampanye Sosial
- Lampiran 10 : Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Literasi Keuangan
- Lampiran 11 : Matriks Penelitian
- Lampiran 12 : Profil Peneliti